

EMPRESA SOCIAL BIOSALUDABLE DE PANELEROS – COOPANELA

PRESENTADO POR:

Armado Bautista Celis

Cristian Fernando Paez

Ingrid Nataly Páez

Maribel Arias Garcia

Sandra Maribel Castellanos

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD ESCUELA DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS.

ECACEN

DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL
MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

MAYO, 2020



TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	5
OBJETIVOS.	6
Objetivo General:	6
Objetivos Específicos	6
METODOLOGIA	7
1. DIAGNOSTICO DEL CONTEXTO	9
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
3. INNOVACION SOCIAL	14
4. MODELO DESIGN THINKING	22
DEFINE	23
TESTEA	30
5. ESTUDIO DE MERCADO	32
6. EL MARKETING DIGITAL	38
CONCLUSIONES	46
BIBLIOGRAFÍA	48



LISTA DE FIGURAS Y TABLAS

	Pág.
Figura 1 Metodología del proyecto “COOPANELA”	8
Figura 2 Mapa de Convención, Norte de Santander	11
Figura 3 Innovación social	18
Figura 4 Variedad de productos	20
Figura 5 Marca, logo y slogan	21
Figura 6 Técnica Matriz Foda	23
Figura 7 actores que intervienen en la conformación de la Empresa Social	24
Figura 8 Perfil del agricultor	25
Figura 9 Perfil del conductor	25
Figura 10 Perfil del distribuidor	26
Figura 11 Perfil del distribuir al por menor	26
Figura 12 Perfil del consumidor	27
Figura 13 Diagrama de Prioridades	28
Figura 14 Mapa mental prototipo	30
Figura 15 Póster	31
Figura 16 Poster II	31
Figura 17 Imagen de marca y slogan	40
Figura 18 Blog	41
Figura 19 Blog 2	42
Figura 20 Página WEB	42
Figura 21 Instagram	44
Figura 22 Prototipo Cuenta Instagram	44
Figura 23 Perfil de instagram	45



Tabla 1. Datos recopilados para el diagnostico. Municipio de Convención Norte de Santander	10
Tabla 2 Población afectada características	15
Tabla 3 Dimensión, impacto y efecto	17
Tabla 4 Caracterización	21
Tabla 5 Prototipo	28
Tabla 6 Presentación del producto	33



INTRODUCCIÓN

En Colombia las Empresa Social han alcanzado un nivel de crecimiento favorable, gracias a su forma colaborativa y social. Las empresas sociales se esfuerzan por defender los principios de la igualdad y la participación democrática, es por ello que la Empresa Social biosaludable de paneleros “COOPANELA” se direcciona a fortalecer la economía de tantas familias del municipio de Convención en Norte de Santander, con trabajo digno, biosaludable, innovador y seguro, así los cañicultores y demás miembros de ésta Empresa Social lograrán un mejor futuro para sus familias.

En el transcurso del Diplomado de profundización para tecnologías “Gestión del marketing para el emprendimiento social” hemos venido desarrollando 5 fases, dónde se planteó con cada uno de los procesos la creación de una Empresa Social biosaludable de paneleros “Coopanela”, en la cual se identificaron factores importantes como: su importancia en el mercado y en la región, justificación ante la problemática social, impacto en todas sus variables, pertinencia, entre otros. Así mismo se logró concretar la estructura base adecuada para que dicha Empresa Social tenga un futuro exitoso en el mercado panelero y la población de convención logre mejorar su calidad de vida.



OBJETIVOS.

Objetivo General:

- Crear un modelo de negocio de emprendimiento social “Empresa social biosaludable de paneleros – COOPANELA” en el municipio de Convención, Norte de Santander, para dar solución a la problemática social y a la falta de empleo del sector.

Objetivos Específicos

- Analizar la situación social de la regiones donde habitan los estudiantes del grupo 4 e identificando las posibles problemáticas y preocupaciones que aquejan a la sociedad tanto personal, ambiental y social.
- Identificar la problemática social teniendo en cuenta las caracterización del municipio de Convención en Norte de Santander, el impacto del proyecto y la aceptación del mismo en el sector
- Implementar el modelo Design Thinking para el proyecto productivo social Empresa Social biosaludable de paneleros “Coopanela” en Convención, Norte de Santander.
- Formular acciones de mercadeo y crea un programa de marketing Digital acordes al contexto regional que permita mejorar la competitividad y productividad del proyecto de emprendimiento social “Empresa Social biosaludable de paneleros – Coopanela” en Convención, Norte de Santander.



METODOLOGIA

Para la realización de este proyecto de emprendimiento social, se empleó la metodología por fases, la cual se dividió en 4 niveles de desarrollo como son: Planeación, diseño y formulación, estrategia de mercado y marketing digital. Cada una de estas fases con un orden específico que aumenta la información necesaria para la ejecución y viabilidad del proyecto a desarrollar. En forma resumida se muestra la *Figura 1*.

Planeación: Es la primera fase del proyecto, en donde se hace un reconocimiento de los diversos municipios donde viven los estudiantes del diplomado de profundización gestión del marketing para el emprendimiento social, donde cada uno identificó una problemática que fue postulada para darle solución. De igual forma se analizará la justificación para el desarrollo del proyecto en la zona elegida, así mismo el análisis de riesgos determinando las amenazas potenciales y dificultades y los objetivos para el mismo.

Diseño y formulación: En esta segunda fase del proyecto, se profundizará sobre el municipio donde se determinó la problemática social a trabajar y de igual forma se elegirá la innovación a implementar en el proyecto de emprendimiento social, se identificarán los aliados y se utilizará el modelo de negocios Dising Thinking. Así mismo se identificará la población afectada y una posible solución a la problemática social.

Estrategia de mercado: Para esta fase de la metodología, se describirán los atributos y beneficios del producto a desarrollar, identificando el grupo objetivo para el mercado potencial, segmentación, competencia y aliados claves para el modelo de negocio a implementar.

Marketing digital: En esta última fase de la metodología, se plantarán objetivos del programa de marketing digital para la idea de negocio, se desarrollará una marca, nombre y un slogan y se determinarán las acciones aplicables en cuanto marketing digital al proyecto de emprendimiento social.



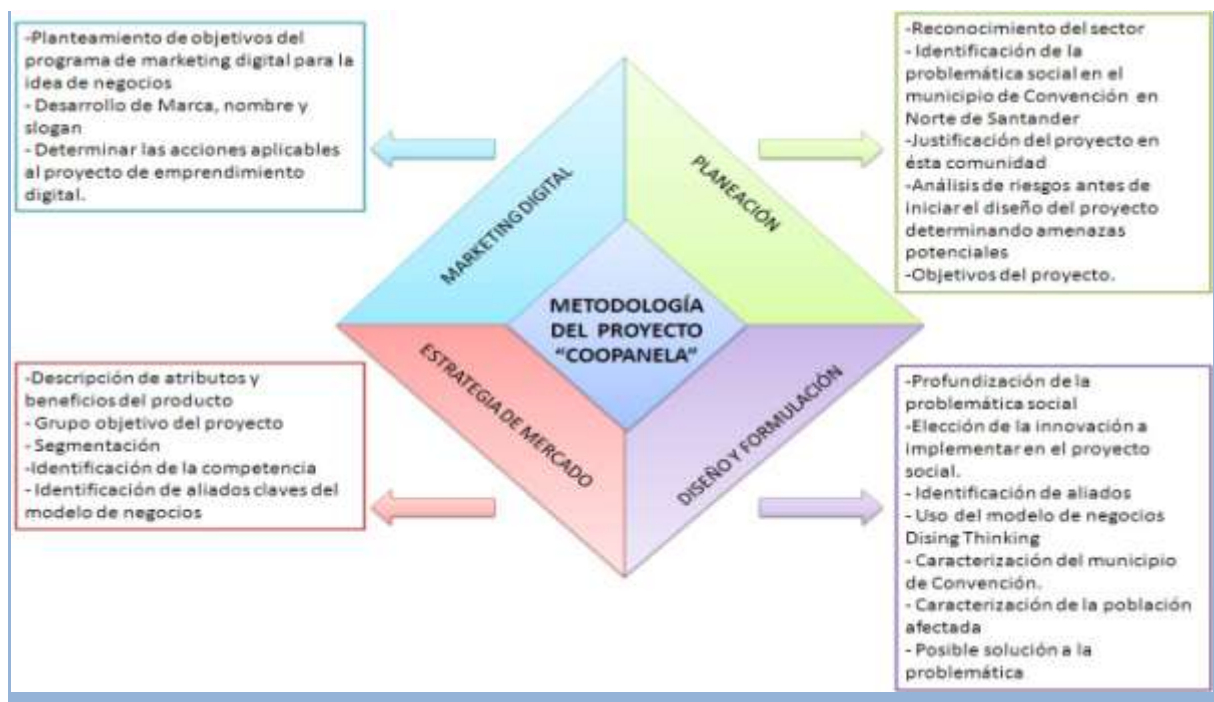


Figura 1 Metodología del proyecto "COOPANELA"

Fuente: Autores del proyecto

1. DIAGNOSTICO DEL CONTEXTO

En esta primera fase del proyecto de emprendimiento social, cada uno de los estudiantes del Diplomado de profundización para tecnologías “Gestión del marketing para el emprendimiento social”, identificando una problemática en su región, la falta de oportunidades en la región, lleva al crecimiento delictivo, un panorama que aumenta la pobreza. Porque esta situación social también afecta la economía de la región, las necesidades básicas no son satisfechas totalmente. En lo arrojado por el diagnóstico inicial, se puede entrever que no existe un entendimiento consciente de la forma de lidiar con esta situación de inseguridad y pobreza (impacto alto).

Ha sido un panorama difícil para las regiones del Catatumbo, especialmente Convención Norte de Santander, según (Defensoría del Pueblo, 2019) indica que la región donde se ubica el municipio de Convención, es una región “rica en diversidad biológica”, esto permite establecer la calidad para la aplicación de un proyecto, cuyas características sea emprendimiento social biosaludable. También, indica la geolocalización estratégica “enclave importante, localización fronteriza”, sumado a la necesidad de erradicar el “cultivo de coca” por otros de mayor impacto positivo en el “medio ambiente y comunidades”. Siendo una población con alto índice de pobreza “más del 53% de la población” que no satisface las necesidades básicas. (Defensoría del Pueblo, 2019, pág. 2).

Lo anterior suele suceder porque han generado justificaciones personales a sus actos, los cuales, desde un sentido social, suelen ser distorsionadores del proceso de desarrollo. La violencia juvenil o los comportamientos delictivos ocurren, principalmente, por desinterés y desconocimiento de propuestas para el desarrollo social, que involucre a los jóvenes y habitantes del sector.

Por otra parte, (La Opinión, 2019) cita: “Para el año 2028, el Catatumbo deberá ser “un territorio biodiverso, agroecológico, ecoturístico e innovador”. Esta zona es prevista en los planes nacionales para la sustentación y el desarrollo, con programas que involucren a toda la comunidad. Así mismo, (UNODOC, 2016) mencionado en este artículo, revela el índice de pobreza en Convención es de 62.4%. Muchos de los proyectos no se concretan (impacto alto),



dejando desorientados a los representantes de los pobladores como a los habitantes de esta zona.

Por concerniente tener números no es suficiente para evitar las condiciones, precarias en las que vive esta población; los problemas sociales van en aumento y el déficit en la mano de obra también (impacto alto). Una zona como lo muestra la *Tabla 1* con datos recopilados para el diagnóstico; rica en fauna, flora, biodiversidad, recursos minerales, petróleo donde no existe una auténtica seguridad democrática, y los jóvenes inciden en la drogadicción, la delincuencia; violencia social en las calles y hogares, deserción estudiantil. (impacto alto).

Señalando en la *Figura 1* mapa de Convención, Norte de Santander, para mejor ubicación del espacio donde se desarrolla el proyecto.

Población que ha sido lastimada por grupos al margen de la ley y lo cual afecta directamente a la población por que suceden enfrentamientos. A partir de las problemáticas identificadas se llegó a la conclusión de que la propuesta elegida para ser estudiada y a la cual debe ir direccionado el proyecto sería la de la estudiante Ingry Reyes.

Tabla 1. Datos recopilados para el diagnóstico. Municipio de Convención Norte de Santander

Municipio de Convención Norte de Santander	
Nombre	Convención
Entidad	Municipio
Departamento	Norte de Santander
Subregión	Occidente
Alcalde	Dimar Barbosa Riobó (2020-2023)
Fundación	6 de noviembre de 1829
Superficie	829 km² ¹
Altitud	1076 m s. n. m.
Población (2015)	13 569 hab. ²
Gentilicio	Convencionista
Límites	Norte: con Venezuela.

	<p>Sur: con Ocaña y González, (departamento del Cesar).</p> <p>Oriente: con Teorama.</p> <p>Occidente: con El Carmen (Norte de Santander) y el departamento del Cesar.</p>
Economía	<p>Minería: Calcita, Carbón, mica, Sulfato de cobre, Yeso, Talco.</p> <p>Los productos agrícolas que sobresalen son el café, la caña panelera, plátano y cacao. Además es el primer productor de panela en el departamento. También existen otras variedades de cultivos transitorios como: Maíz, fríjol, Tomate, yuca, tomate y cebolla. La producción bovina también es importante dentro del sector pecuario.</p>
Vías de comunicación	<p>Terrestres: Por las vías Cúcuta a 5 horas, Aguachica a 2 horas y vía Ocaña 50 minutos.</p> <p>Aérea: Aeropuerto Aguas Claras a 40 minutos.</p>

Fuente: (Montejo, 2013)



Figura 2 Mapa de Convención, Norte de Santander

Fuente: (Montejo, 2013)

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el municipio de Convención en Norte de Santander, se evidencia la falta de empleo y oportunidades en la comunidad, por lo cual los índices de pobreza y falta de oportunidades son cada vez mayores, los jóvenes, adultos y en especial los campesinos se ven obligados a trabajar en precarias situaciones y con miedo a lo que puede suceder eventualmente por los enfrentamientos armados. No obstante la poca visión de futuro se nota en los rostros de aquellos jóvenes que por tan pocos recursos terminan su educación bachiller y algunos ni siquiera eso mínimo terminan. Es por ello que buscar una solución viable a ésta problemática es de vital importancia y el motivo de desarrollar un proyecto de emprendimiento social para ésta población vulnerable de nuestro país.

De esta forma el sector agro es el más influyente del municipio de Convención, gran parte de la población convencionista se dedica a la producción agrícola, especialmente a la siembra de caña panelera, café y cacao. Además, existe una estrecha relación entre la producción de caña con la producción de panela este último sector pertenece al sector secundario de la economía en dicho territorio. Uno de los principales problemas es la ejecución de propuestas en torno a empoderar a la empresa social, se registra un subdesarrollo, desempleo, desabastecimiento de las necesidades básicas. Es necesario mejorar la imagen de la Empresa Social biosaludable de paneleros – COOPANELA, un estudio que se pueda realizar, rentabilizar y sostener. Como indica (Cañizares, 2005, pág. 141)

La mayor parte de los productores convencionistas están dedicados a la cadena productiva de la panela, constituyéndose, aunque poco tecnificada, como la única agroindustria del municipio, caracterizándola como la principal fuente de empleo legal de su área de influencia.

El municipio de Convención se ha caracterizado por ser pionero en la actividad productiva de la caña Panelera en el departamento de Norte de Santander, cuenta con un promedio de 2500 hectáreas dedicadas a este cultivo, se resalta que la caña panelera se cultiva en el 20,1% de la tierra dedicada a la producción agrícola.

Siguiendo la línea de ideas (Cañizares, 2005) señala en su investigación algunos aspectos relevantes para el estudio, la producción de panela es propia del municipio Convención, “un



promedio de 2500 hectáreas dedicadas a este cultivo”, una cifra significativa si también se tiene en cuenta que el “20,1% es la tierra dedicada a la producción agrícola”, con variedad de clima. Pero con un “cuadro de cultivos ilícitos” que oscurece el panorama, lleva a ser una región violenta para el predominio de este cultivo y otros actos relacionados con el narcotráfico. Como Cañizares cita a (Kalmanovitz & López, 2006, pág. 334) quien asegura la guerra es consecuencia del “cultivo y tratamiento de la coca”.

Por otra parte et. al (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2003, pág. 22) identificó al cultivo de la caña panelera como la vocación agrícola más relevante del municipio, (...) con el 92,3% del total productivo del sector agroindustrial de dicho municipio”. La producción del cultivo requiere de 200 jornales por hectárea, es decir por cada kilogramo de panela se requiere 0,3 jornales (aproximadamente 60 personas) encargadas para limpias, corte de la caña, carga de material, molienda, apronte y fertilizante, a lo que se le suma realizar el producto en sus dos presentaciones las cuales serán bloque y pulverizada.

Basándose en lo dicho anteriormente la capacidad de producción de la región es bastante amplia y la producción de Caña Panelera del municipio refleja la necesidad de aumentar la producción lo cual es una ventaja para la Empresa Social COOPANELA.

En cuanto a la población afectada podemos decir que todos y cada uno de los habitantes del Municipio de Convención del Norte de Santander, es víctima de la barbarie de la guerra, por lo que forman parte de la población afectada en la problemática de desempleo, falta de recursos, inseguridad y demás consecuencias que trae el conflicto armado en nuestro país.



3. INNOVACION SOCIAL

La lucha entre grupos armados por el control territorial ha dejado a los pobladores en medio del fuego cruzado. Estos municipios que forman parte del Catatumbo han tenido que vivir las falencias de una política que no ha pensado en los civiles, dejando a la población sin recursos económicos y poca seguridad, no obstante, las personas cada día se levantan con la fe intacta en salir adelante con sus vidas y darles a sus hijos la mejor educación y futuro.

Los jóvenes que viven en esta región del país cada día se ven en el dilema de no saber el rumbo que tomarán sus vidas, pues la guerra, las drogas y el miedo público los obliga a no tener esperanzas de un buen futuro y cometen errores que luego los llevará al fracaso tanto emocional como físico pues muchos de ellos terminaran metidos en la guerra y sin tener conocimiento real de su situación, además de no lograr un empleo digno para sobrevivir lo que hace que se revele aún más la problemática de la sociedad. Esta problemática identificada en este sector del país puede solventarse si se toman medidas al respecto, es por ello que generar empleo y nuevas posibilidades a esta población les cambiará la vida y generará un mejor futuro. No siendo la única población afectada como se puede observar la *Tabla 2* complementa otros sectores poblacionales y sus características.

Por esta razón, crear una empresa social en base a la producción de caña de azúcar de la región que permita transformar ese producto natural en un producto terminado como la panela en sus múltiples presentaciones, logrará de esta manera que la población mejore su calidad de vida y consigan un trabajo digno y posibilidades reales a su dura situación económica y social que les permita generar desarrollo sostenible en el municipio de Convención, norte de Santander.

Por esta razón se creará una empresa social, denominada Empresa Social biosaludable de paneleros – COOPANELA que generará empleos directos e indirectos teniendo en cuenta el aprovechamiento de las tierras del municipio para la producción de caña y así mismo realizar la mejor panela de la región trayéndole prosperidad económica y social a esta población del país.



Tabla 2 Población afectada características

POBLACIÓN AFECTADA	CARACTERISTICAS
Niños en etapa escolar	<ul style="list-style-type: none"> - Son niños con miedo a asistir a los colegios y sin proyección para el futuro - Algunos presentan agresividad - Desmotivación - Bajo nivel nutricional - Ansiedad
Jóvenes y adolescentes	<ul style="list-style-type: none"> - Son niños que tienen conflictos con los padres por la situación que ven a diario en su zona de residencia. - Poca motivación en la parte educativa pues temen quedar en el centro del conflicto y no tener oportunidades para un empleo digno - Sufren de depresión - Poca motivación hacia el futuro e incertidumbre
Universitarios	<ul style="list-style-type: none"> - Se presenta bajo índice de población con aspiraciones académicas a nivel superior y bajo recursos para acceder a ella.
Madres y padres cabeza de familia	<ul style="list-style-type: none"> - Desempleo - Poca motivación por miedo e inseguridad - Falta de conocimiento emprendedor - Depresión por frustración
Adulto mayor	<ul style="list-style-type: none"> - Algunos adultos mayores son personas conformistas que ya han vivido la guerra tanto tiempo que la ven como algo cotidiano. - No tienen aspiraciones de progreso y no dan ejemplo a los menores de desarrollo - algunos enfermos por ansiedad, estrés, y abandono del estado y sus familias
Extranjeros	<ul style="list-style-type: none"> - La abundante migración extranjera ha ocasionado que aumente la población en el Municipio de Convención, por lo que las problemáticas de la zona han incrementado. - Personas en su mayoría de bajos recursos económicos - Con problemas de salud y niños en desnutrición - Algunos sin vivienda y desempleados

Fuente: Autores del proyecto

Oportunidades y el empleo

Como se ha venido abordando el tema en relación a la creación de una Empresa Social en el municipio de Convención, Norte de Santander. Nuestro objetivo principal es que esta Empresa Social sea generadora de empleo como principal solución a la problemática planteada e impacto social, y centro de desarrollo para los jóvenes, para que cuenten con un empleo digno que los alejara de los malos caminos, porque aunque conocen la violencia que se vive en esta región del país no debe ser esto su punto de partida para la vida productiva sino

el motivo para iniciar de nuevo en una Empresa Social que les brindará oportunidades de una vida digna en la legalidad.

Entremos en materia la producción de panela en el municipio constituye el ingreso de 220 familias dueñas de trapiches y alrededor de unas 50 familias más que también tiene cultivos de caña genera alrededor de 10 .000 jornales al año siendo la actividad agrícola que emplea la mayor cantidad de mano de obra en el campo puesto que en cada trapiche se necesita 8 operarios para poder elaborar la panela no sin contar que también alrededor de 5 personas que corten la caña y otras 3 personas para que carguen la caña en mulas hasta el trapiche es así que la Empresa Social se constituirá legalmente y que queremos hacer con esto que los empleados de los trapiches sean empleados legalmente con un sueldo estable y con prestaciones sociales, aparte de ello la Empresa Social brindara charlas de motivación personas para estos jóvenes, aparte de ello cada año brindara becas para los jóvenes que han demostrado ser jóvenes emperadores y capaces con ganas de superarse.

Queremos que la Empresa Social COOPANELA sea generadora de empleo y oportunidades, con un gran impacto social.

La mayor parte de la población de Convención se dedica a la producción de panela, la sostenibilidad económica de la comunidad está basada en este oficio; generando empleo en varios sectores sociales, cuentan con la solidaridad para tiempos complicados, donde se necesite amortiguar costos y gastos, evitando el cierre de la empresa, y por consiguiente mantenerse en el mercado, de forma competitiva. Esto gracias a la forma de adaptarse a las condiciones y recursos del medio, la caña como recurso utilizado en varios oficios ganadería, cultivo (fruto o maíz).

Siendo una zona geográfica con condiciones propicias para el cultivo de panela, las familias de la zona en su mayoría dependen de este oficio, la agroecología generosamente brinda todas las opciones para asegurar varias cosechas prósperas, ayudado por la condición climática; esto puede generar estabilidad laboral y económica, por ende tranquilidad en toda la región. De esta forma, señala la *Tabla 3* la dimensión política, social, tecnológica y económica el impacto y efecto de según (FINAGRO, 2020), (Mercado, Ramírez, & Rodríguez, 1998, pág. 71), (Pardo, 2005, pág. 116), (FUNACH - ASCAPAM , 2002), (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2012, pág. s/p) en varias regiones, siendo privilegiada la región norte santandereana.



Con la existencia de redes de solidaridad quienes participan en la apropiación de terrenos aptos, buena planificación ajustada a las necesidades, el autoconsumo porque el producto puede ser consumido por quien lo produce, o negociado en momentos de crisis, congregación por comunidad de campesinos de la zona. Permitiendo la disminución del desempleo con la innovación social como señala la *Figura 3*.

Tabla 3 Dimensión, impacto y efecto

DIMENSIÓN	IMPACTO	EFEECTO
POLÍTICA	La producción de panela se destina casi en su totalidad al mercado nacional para su consumo directo e insumo en procesos industriales entre otros, y cerca del 0,3% se destina a la exportación.	El departamento de Santander tiene mayor participación producción de panela con un 19%; sigue Boyacá con un 18%, Cundinamarca con un 15% y Antioquia con un 13%; significa que poseen un 65% de la producción total de panela en Colombia.. (FINAGRO, 2020)
	El cultivo de la caña panelera se desarrolla principalmente en la Región Andina. Según fisiografía, pendientes medias a altas con inclinaciones de 10% al 40% (Región la Hoya del Río Suárez, Cundinamarca, Nariño, Antioquia, Eje Cafetero y Norte de Santander) (Mercado, Ramírez, & Rodríguez, 1998, pág. 71) .	La organización tiene una estructura variable según el papel que realizan los campesinos quienes cultivan, las cooperativas, empresas asociativas de trabajo entre otras. Adherido a ello el trapiche que está ligado a empresas cuya función social exclusivamente es la panela.
SOCIAL	En América Latina es un territorio panelero al igual que se produce el azúcar, de forma artesanal se saca la panela en zona rural, al que se dedican las familias con baja inversión de tecnología, pero fuerte inversión de capital.	Uno de los grandes beneficios es la promoción de la microempresa en la comunidad dedicadas a este cultivo y producción de panela y tracias a esto las familias del sector del Catatumbo podrá contar con fuentes de ingreso reales gracias a COOPANELA.
TECNOLOGICA	El principal departamento colombiano que surte de panela al territorio es Norte de Santander.	En este tipo de pequeñas unidades productoras son frecuentes el alquiler de trapiches, la molienda en compañía y la aparcería. Las empresa familiares son privilegiadas, en la producción con muy poca presencia de innovación tecnológica. Según (Pardo, 2005, pág. 116)
		El conjunto de operaciones tecnológicas al corte de caña que conducen a la producción de panela según orden: apronte, extracción, pre-limpieza, clarificación y encalado; evaporación del agua y concentración de las mieles, punteo y batido, moldeo, enfriamiento, empaque y embalaje. (FUNACH - ASCAPAM , 2002)
ECONOMICA	Los segmentos identificados para este segmento son, pequeños procesadores (Trapiche propio o arrendado), Sistemas Cooperativos o empresas	Al señalar comercio al por mayor, son grandes escalas de mercado dentro de Colombia y fuera de ella, cantidades consideradas como es el caso de la

	asociativas de trabajo (Trapiches asociados) medianos procesadores. Para este segmento en particular, es necesario identificar las capacidades de manejo caña como materia prima en cada segmento, así como los rendimientos del molino. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2012, pág. s/p)	panela especialmente en forma de cubos.
		El comercio al por menor se mueven con derivados como tiendas de barrio, supermercados e hipermercados, con variedad de precios según las circunstancias y características como son adquiridos.
		Cliente final. Especialmente el consumidor de panela para diferentes usos o quienes requieren de subproductos de la caña.

Fuente: recopilación de información de varias fuentes bibliográficas

Innovación social (Producción biosaludable)

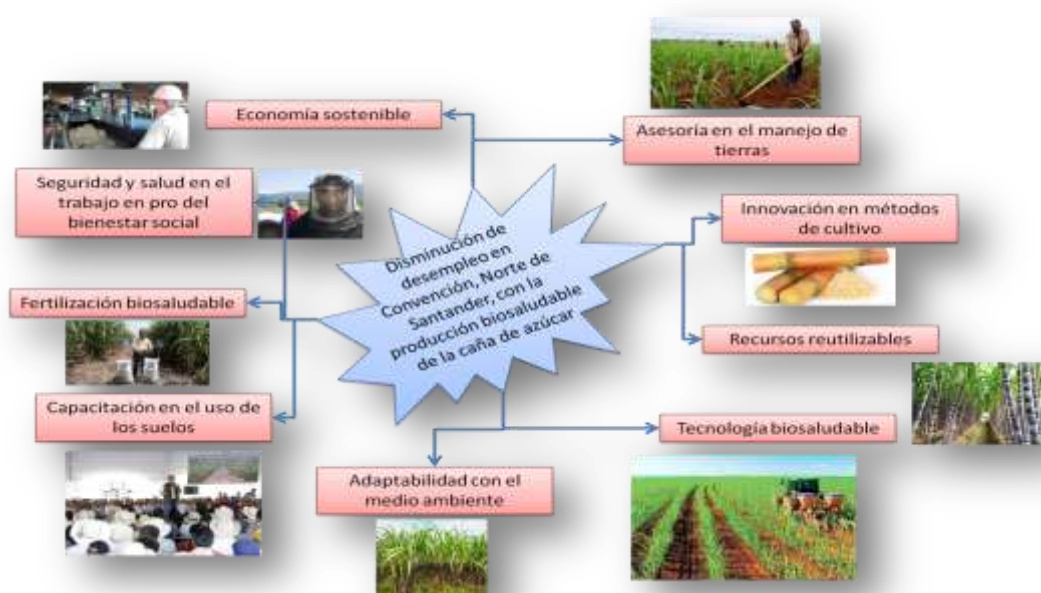


Figura 3 Innovación social

Fuente: Autores del proyecto

Con este proyecto de emprendimiento “Disminución de desempleo en Convención, Norte de Santander, con la producción biosaludable de la panela en base a la caña de azúcar” se pretende darle herramientas en cuanto a conocimiento a la población cañicultora de la región en el Municipio de Convención en Norte de Santander, donde se realizará lo siguiente:

- Organización de los cañicultores para determinar cuáles son las falencias en cuanto a la producción biosaludable de la caña de azúcar en el sector

- Identificación de actores para el desarrollo del proyecto
- Análisis de los recursos disponibles para la realización del proyecto
- Estudio de mercado para la producción de caña de azúcar
- Proyectar el impacto social que tendrá el proyecto en la ciudadanía del sector

En la realización del proyecto se tendrá en cuenta la experiencia que los cañicultores de Convención han tenido por tantos años de vivir de esta labor agrícola y de igual forma se motivará para que con las nuevas tecnologías, fertilizantes, planes de producción, organización, reutilización y seguridad, se logre llegar a desarrollar una producción biosaludable y sostenible que le brinde el empleo directo e indirecto que esta zona del país necesita para una vida digna sin tener que abandonar sus tierras y mucho menos sus actividades cotidianas, pues uno de los factores que más importancia tienen en la producción de la caña es la trayectoria de las personas que toda su vida han trabajado en esta labor.

Características

- Ubicación dentro de la zona de estudio
- Se produce y distribuye en forma biosaludable
- Producto tradicionalmente consumido en los hogares colombianos
- La nueva presentación que da COOPANELA
- Con alto contenido proteínico, en minerales y vitaminas

Beneficios del consumo y ventajas

La panela es un producto 100% natural, esto permite que su consumo no tenga ningún contraindicación, pueda verse reflejada en todos los estratos sociales su costo es bajo, sirve para varias recetas de las cuales degustan en diferentes regiones del país.

Servicios que ofrece la Empresa Social

Ofrecemos las siguientes presentaciones:





Figura 4 Variedad de productos

Fuente: Autores del proyecto

La panela que se ofrece al cliente puede venir en varias presentaciones, como son: cuadrada, en cubos, azúcar de panela, pulverizada, pastillas, redonda o la popular “panela cuadrada”, señaladas en la *Figura 4*. Con alto índice proteínico, de consumo masivo, hace parte de la cultura de muchas regiones rurales y urbanas. Como producto que permite una nutrición de forma natural y da sabor edulcorante y endulzante en bebidas, postres, comidas, entre otros. Tiene una bonita presentación que permite conquistar al cliente y reconocer la zona donde es producida, ver *Figura 7*.



Figura 5 Marca, logo y slogan

Fuente: Autores del proyecto

Mercado objetivo

Inicialmente las amas de casa, la canasta familiar. Abastecer algunos negocios pequeños tiendas y supermercados que están ubicados en la zona urbana de Concepción. Identificando la caracterización de esta población, como se ve en la *Tabla 4*.

Tabla 4 Caracterización

IDENTIFICAR	CARACTERIZAR
Madres y padres cabeza de familia (Compradores al detal)	Esta población se caracteriza por ser las encargadas de trabajar para la compra de los productos para su hogar, por lo que serían clientes potenciales en cada una de las presentaciones del producto. (Se trata de las persona que se encarga de desarrollar aquellas tareas que son necesarias para el funcionamiento cotidiano de un hogar más no generan recursos económicos). Ocupación principal el hogar. Encargadas de la adquisición de víveres y otros artículos. Administra parcialmente el presupuesto de la casa. Las cuales siempre buscan los mejores productos para alimentar a su familia.
Restaurantes, cafeterías	En estos lugares utilizan los productos paneleros con gran frecuencia por lo que es indispensable en su alacena para el uso diario, en sus preparaciones y postres. Entre ellos tenemos aquellos que venden almuerzos corrientes, desayunos, cenas. Ejemplo: Restaurante La chispa del sabor, entre otros. Es muy común ver que las personas elijan el café con panela pues ésta le da un toque especial a esta bebida, de igual forma también es utilizado en todas sus presentaciones para la bizcochería y demás preparaciones rápidas.
Supermercados y micro-mercados	Estos son nuestros mayores compradores por lo que son los encargados de distribuir el producto al cliente final, manteniendo línea directa con la empresa social y beneficios de compra al por mayor.

Fuente: Autores del proyecto

4. MODELO DESIGN THINKING

Es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios.

Es así que la finalidad principal de este proyecto llamado producción biosaludable en el municipio de Convención es aplicarle el tan mencionado e importante modelo design thinking con el cual se pretende determinar la aplicación de este mediante sus 5 pasos valga resaltarlos

- Empatiza
- Define
- Idea
- Prototipo
- Testea

Todas las etapas del proceso de Design Thinking hacen referencia a la producción de panela en la Empresa Social biosaludable de paneleros “Coopanela” y a la producción biosaludable que se plantea en el proyecto, en el municipio de Convención, Norte de Santander en busca de mitigar el desempleo y la falta de oportunidades en éste municipio del país.

Importante tener claridad de cada uno de los pasos por que con esto obtendremos claridad para poder desarrollar un proyecto exitoso:

EMPATIZA

El proceso de Design Thinking comienza con una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios implicados en la solución inicialmente el desarrollo, y entorno. Hacer parte integral con la población y sus necesidades, con la capacidad para generar soluciones consecuentes con sus realidades.

Matriz FODA o matriz DAFO:

Objetivo

Realizar un auto-análisis para plantear posibles nuevas estrategias, a partir de la fotografía del momento actual en el que nos encontramos.





Figura 6 Técnica Matriz Foda

Fuente: Autores del proyecto Realizado en la herramienta Design Thinking

Como resultado del acopio de la matriz DOFA, *ver figura 6*. En la fase de empatía es primordial realizarla ya mediante la matriz DOFA con sus fortalezas debilidades, amenazas y oportunidades conoceremos fondo los problemas que se presentan al interior del proyecto para tener una clara idea para solucionarlo

DEFINE

Con esta fase el reto fue analizar e identificar los actores que intervienen en la conformación de la Empresa Social para la integración de comunidades fomentando el trabajo en equipo en regiones rurales y su cooperación para el crecimiento laboral como personal. En la *Figura 7*, se evidencia los oficios que requiere la empresa social para su funcionamiento, el recurso humano es primordial en todos los proyectos sostenibles.



Figura 7 actores que intervienen en la conformación de la Empresa Social

Fuente: Autores del proyecto

Como resultado en la fase Define se estudiaron los actores que intervienen en el proyecto como el agricultor, con un oficio significativo y básico dentro de la empresa social, según se puede observar con más detalle dentro de la *Figura 8*. el transporte conduce el producto hasta los lugares de distribución, el conductor debe tener amplia experiencia en carreteras de diferentes tipos y con ello otras facultades señaladas en la *Figura 9*, el distribuidor es quien recibe según pedidos realizados con antelación como se observa en la *Figura 10* con un perfil confiable, puntual, y estratégico. Por otra parte están los centro de ventas con distribuidores al por menor con las facultades exigidas en la *Figura 11*; finalmente llegando al consumidor, el principal factor es la fidelidad cumpliendo con un perfil como señala la *Figura 12*.

Perfil del agricultor

Técnica: Perfil de usuario
Se usa en Definición

Proyecto: Cooperativa bioalimentaria de panaderos "COOPANELA"
Grupo: GRUPO
Fecha: 19 MARZO 2020

Nombre: Luis Quevedo Caceres

Bio: Luis Quevedo es el coordinador de personal de su municipio. Por ser un cargo de gran responsabilidad sus horarios son extenuantes.

Objetivos:

- llevar al éxito la cooperativa, e integrar la mayoría de los habitantes de convención
- buscar la equidad para todos
- Busca estabilidad laboral
- Lograr desarrollar su potencial como profesional.
- Brindar calidad de tiempo a su familia

Frustraciones:

- Pocas oportunidades de trabajo
- dificultades para seguir sus estudios por falta de tiempo
- Ausencia de empresas
- la ausencia estatal
- deterioro de las vías de acceso

Estado: siempre hay oportunidades en medio de crisis

Edad: 38 años

Profesión: agricultor

Estado: casado

Ciudad: convención

Arquetipo: rural

Personalidad: Estudioso / Responsable / Puntual / Ecuánime

Notas:

dingo

Figura 8 Perfil del agricultor

Fuente: Autores del proyecto

Perfil del conductor

Técnica: Perfil de usuario
Se usa en Definición

Proyecto: Cooperativa bioalimentaria de panaderos "COOPANELA"
Grupo: GRUPO
Fecha: 19 MARZO 2020

Nombre: Jose Contreras

Bio: José Luis Contreras es un conductor de un camión propio que lleva 20 años de experiencia, y adquirió su vehículo con trabajo duro después de ser empleado hoy es independiente y ve con gran expectativa unirse a la cooperativa

Objetivos:

- Es ser lo más puntual en la entrega de insumos y del producto para que no haya retrasos en los pedidos y satisfacer al cliente (graneros)

Frustraciones:

- La competencia desleal
- Baja remuneración
- El alto costo de los combustibles
- Los pedajes

Estado: siempre transportando el progreso

Edad: 43 años

Profesión: conductor

Estado: casado

Ciudad: convención

Arquetipo: urbano

Personalidad: Estudioso / Responsable / Puntual / Ecuánime

Notas:

dingo

Figura 9 Perfil del conductor

Fuente: Autores del proyecto

Perfil de distribuidor

Figura 10 Perfil del distribuidor

Fuente: Autores del proyecto

Perfil del distribuir al por menor

Figura 11 Perfil del distribuir al por menor

Fuente: Autores del proyecto

Perfil del consumidor

Técnica: Perfil de usuario
Se usa en Definición

Usuario: Cooperativa biosaludable de panes "COOPANELA"

Nombre: DOÑA MARIA

Fecha: 19 MARZO 2020

Nombre: Doña Maria Arciniegas

Sexo: F

Edad: 40 años

Profesión: ama de casa oficio varios

Estado: madre soltera

Ciudad: convencion

Arquitectura: urbano

Descripción: Doña Maria madre de dos adolescentes de 15 y 16 años para ella es primordial los productos que ofrecemos como la panela ya que para ella es fuente de energia, la consume en las mañanas y en las tarde endulzando un delicioso café

Objetivos:

- llevar su hijos a una carrera profesional
- terminar de cancelar las cuotas del pretamo del banco que aduino para la compra de su vivienda

Frustaciones:

- Pocas oportunidades de trabajo
- dificultades para trasladarse al sitio de trabajo
- falta de recreacion el familia
- no haber seguido estudiando

Personalidad: Responsable / Puntual / eficiencia

Intereses: bienen en tiempos mejores

Logotipo: dimgo

Figura 12 Perfil del consumidor

Fuente: Autores del proyecto

A cada uno de estos actores se realizó el perfil del usuario, identificando puntos importantes; destacando al agricultor como persona encargada de siembra del producto insignia, siendo clave para el buen funcionamiento de este proyecto.

IDEA

La etapa de Ideación tiene como objetivo la generación de un sinfín de opciones. No debemos quedarnos con la primera idea que se nos ocurra. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo y debemos eliminar los juicios de valor. A veces, las ideas más estrambóticas son las que generan soluciones visionarias.

Como se muestra en la *Figura 13. Diagrama de prioridades* se realiza un diagnóstico para localizar las necesidades de la comunidad, zona donde se siembra, produce y comercializar los productos alimenticios derivados de la caña de azúcar, buscando crear un negocio rentable y sostenible que beneficie a la sociedad de Convención (Norte de Santander), donde se abran las oportunidades de empleo que la población requieren, desde los contextos económicos, sociales y culturales por ello se genera la empresa social Coopanela, cuya base es el proceso de producción biosaludable.

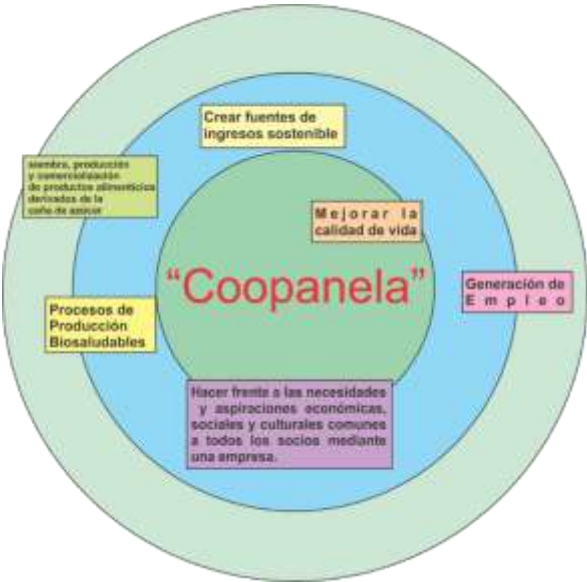




Figura 13 Diagrama de Prioridades








Fuente: Autores del proyecto

PROTOTIPO

En la etapa de Prototipado volvemos las ideas realidad. Construir prototipos hace las ideas palpables y nos ayuda a visualizar las posibles soluciones, poniendo de manifiesto elementos que debemos mejorar o refinar antes de llegar al resultado final. Siguiendo los siguientes procesos, soportados en la *Figura 14*. Escogiendo el producto a elaborar según ls características necesarias para la producción, con estrategias de imagen y forma para llegar finalmente a la presentación final.

Tabla 5 Prototipo

Producto	Características	Paso 2	Presentación final
PANELA TRADICIONAL EN CUADRITOS 490 gr	Producto 100% natural en presentación cuadritos de 10gr, empacado en frasco retornable y/o reutilizable de 490 gr		

<p>PANELA DE PASTILLA</p> <p>2 unidades</p> <p>500 gr</p>	<p>Producto 100% natural en presentación pastillas, empaçado en frasco retornable y/o reutilizable de 500 gr</p>		
<p>PANELA PULVERIZADA</p> <p>500 gr</p>	<p>Producto 100% natural en presentación pulverizada, empaçado en frasco retornable y/o reutilizable de 500 gr</p>		
<p>AZÚCAR DE CAÑA PANELERA</p> <p>500 gr</p>	<p>Producto 100% natural en presentación granulada, empaçado en frasco retornable y/o reutilizable de 500 gr</p>		
<p>PRODUCCIÓN BIOSALUDABLE</p> <p>Compos - bagazo de caña</p>	 <p>Bagazo de caña entero</p>	 <p>Entero humedecido e inoculado</p>	 <p>Fresco y triturado</p> <p>Listo para ser utilizado como abono natural en las plantaciones</p>

Fuente: Autores del proyecto

Mapa mental

El prototipo realizada para la producción de panela en la Empresa Social biosaludable de paneleros “COOPANELA” sirve como presentación del producto final, permitiendo verificar el diseño y confirmar que se cuenta con las características específicas planteadas. Ver *figura 14*.

Se presentó en imágenes según su peso, en frascos retornables y reutilizables con la finalidad de proteger el medio ambiente y hacer de nuestro producto una producción biosaludable.



Figura 14 Mapa mental prototipo

Fuente: Autores del proyecto

Esta etapa del DESIGN THINKING nos permite aprender, probar y testar; puesto que aprendemos y podremos realizar las modificaciones que sean necesarias en la fase de desarrollo. Al realizar las pruebas se certificará como va a reaccionar el producto frente a diferentes situaciones tanto de manipulación como de transporte y por último al testar el producto antes de comenzar el proceso de fabricación se determinará que cuenta con las características apropiadas y la aceptación de las directivas y clientes.

TESTEA

Durante la fase de Testea, probaremos nuestros prototipos con los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando. Esta fase es crucial, y nos ayudará a identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias. Durante esta fase evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando.

Se comunica, esta herramienta implica diseñar un supuesto póster como se observa *Figura 15*. promocional de la solución final. Ayuda a reflexionar sobre cómo comunicar la idea a los usuarios que harán uso de ella, y cuáles son los aspectos más destacables. Promueve un ejercicio de reflexión que puede dar pie a la identificación de mejoras. También es una herramienta de apoyo para la explicación de la solución final

Póster

**Figura 15 Póster**

Fuente: Autores del proyecto

En esta última etapa llamada TESTEA el cual buen llegar al consumidor directamente en este caso se quiso realizar un poster publicaría; ver *Figura 16*, haciendo la invitación a cliente que consuman panela biosaludable. De manera que este les parezca interesante al leerlo y se motiven a realizar las compras.

**Figura 16 Poster II**

Fuente: Autores del proyecto

5. ESTUDIO DE MERCADO

Inicialmente el mercado tiene variedad de clientes, los productos y necesidades. De esta forma se debe recaudar los datos pertinentes para identificar en cuál de los segmentos se refleja las oportunidades, y llegar a los objetivos que se propone la empresa social.

La empresa social está determinada para redefinir ambientes saludables y productivos que marquen la diferencia en los sectores más vulnerables; el plan de negocios cuyo éxito es de enfoque rentable dentro de objetivos alcanzables. Como solución a los problemas de pobreza, falta de oportunidad especialmente para los pobladores más jóvenes, quienes pueden tomar el legado de la empresa en un futuro y manejarlo. Llevando también a motivarlos para tener una profesión que permita dirigir adecuadamente este tipo de proyectos, haciendo transversal el desarrollo de la región porque aporta a mecanismos de solución para el mejoramiento de la estabilidad social. Según (Martínez, 2009) La principal característica de una empresa de economía social, cooperativas, mutualidades, asociaciones, sociedades laborales(...) no es el tipo de actividad al que se dedican sino las técnicas de actuación que utilizan (par. 7)

Concepto del producto

Características Generales.

Inicialmente la panela está constituida de caña de azúcar.

Tiene un sabor original, que no ha podido superar otros productos

Sus procedimientos son beneficiosos para la salud, procesada de forma natural

Es mejor en condición que el azúcar

Con un alto grado nutricional: Carbohidratos, proteínas grasas, vitaminas, agua y minerales como el fosforo, el calcio, el sodio, el hierro, el magnesio y el potasio.

Se concreta en la *Tabla 6* con la presentación del producto



Presentación del producto

Tabla 6 Presentación del producto

Producción	inicialmente es panela de 250, 500 y 1000 gramos
Envase	cajas de 62, 32 16 unidades para mayor seguridad al transportarlas
Marca	(COOPANELA)
Empaque	Cajas de cartón, donde se realizará la descripción del producto y la empresa social.
Exhibición	Será llamativa y con los debidos protocolos de limpieza que promuevan la seguridad del producto.
Ventas	Contacto directo, estableciendo toda la información necesaria para su identificación empresarial.
Estudio de consumidores finales	Municipio de Convención Norte de Santander y alrededores.

Fuente: Autores del proyecto

La empresa social denominada COOPANELA, estará ajustada a los requerimientos legales y sanitarios para mayor credibilidad del cliente; así será fácilmente identificada por su prestigio. Se pueden desarrollar nuevos productos según los gustos de la población que adquiere la panela y teniendo en cuenta la competencia y sus estrategias, siempre en pro de mejorar lo mejorado; al gusto y precio para todos los estratos sociales. La forma como se empaca necesariamente debe ajustarse al movimiento del producto, de acuerdo a los cambios de climáticos y húmedos, biodegradable, todo el proceso para su producción. Como se indicaba anteriormente en forma natural es un producto orgánico, de forma natural que resalta ante el control de calidad de producto.



El análisis del mercado

La zona de inicio es el municipio de Convención (Norte de Santander y Santander) con puntos clave donde es llevado el producto para ser comercializado, lugares estudiados previamente donde haya afluencia comercial y productiva; permitiendo una cadena de distribución segura hasta el consumidor final, en zonas rurales es normal este sistema porque las empresas en su mayoría no son grandes sino medianas o pequeñas, con falta de organización. Es así como COOPANELA es pionera en la cadena de acopio, surtiendo negocios pequeños, medianos, grandes e hiper; dejando un antecedente para futuros comerciantes; otro camino diferente al de llegar directamente a los supermercados y plazas de mercado. La oferta y demanda también estimulan el negocio.

Mercado objetivo

Inicialmente es la zona del municipio Convención, y sus alrededores, puede llegar zonas urbanas como la ciudad San José de Cúcuta, Ocaña y Pamplona; Bucaramanga, zona que recibe varios productores de la región, quienes con su experiencia dan facilidad de acceso al producto, por su estabilidad. Para desarrollar la contribución en el mercado del producto se hará progresivamente según los molinos (trapiches) instalados, incrementando un 3%, 15%, 30% y 50% según la oferta y demanda.

Análisis de costo/precio

En el análisis se habla de oferta (productores) demanda (cliente o comprador) dando la cualidad de un mercado competitivo, zona donde existen varios proyectos encaminado a su realización. En las regiones de Colombia, los precios del producto panela son inestables, a veces tiene picos altos de precios, pero normalmente tiende a ser bajo el precio. Pueden variar según el estudio realizado entre \$1.684 a \$1.662 en el primer semestre del año.

Estrategia de distribución

El mercado objetivo es la plaza de la panela del municipio de Convención y municipios aledaños, esta ruta de distribución variaría si se entregará directamente consumidor final. Inicia su proceso de empaque, transporte a través del canal Empresa Social Coopanela a los intermediarios. Se almacenan en diferentes depósitos de intermediarios, y un depósito de almacenamiento perteneciente a la Empresa Social, facilitando la accesibilidad de los consumidores finales y futuros compradores. Dando confiabilidad, veracidad y calidad del producto.



Estrategias de promoción

Se espera vender un 8% mínimo de la margen de utilidad, con la utilización estratégica de valor bajo en relación competencia y teniendo en cuenta los precios actuales. Teniendo en cuenta que es el inicio de la Empresa Social COOPANELA, inicia identificando los compradores, como base de sostenimiento de la empresa, pues depende de la fidelidad, constancia; teniendo un trato preferencial, dando información constante sobre productos y generalidades del mercado en producto natural, siendo la meta la expansión del producto en diversas formas y se resalte frente a otras marcas u empresas.

Dejar una huella importante dentro de los clientes, distribuidores para tener una ventaja competitiva, permitiendo la idealización de mayores pedidos en menos tiempo, con el fin de seguir creciendo bajo el concepto positivo del cliente. Las zonas donde se impacta primero son ciudades como San José de Cúcuta (Norte de Santander) y Bucaramanga (Santander), la atención con dos impulsores que visitaran y distribuyen las degustaciones por quince días, así como alimentar la base de datos utilizados para posteriormente, entrar en contacto directo o telefónico y ofrecer el producto.

Las compras en lugares alejados puede contar con el transporte sin recarga de costo en el pedido, con entrada a bajo precio, competencia leal según los protocolos. Aumentando la clientela del producto, aumentando el consumo en la región, con la oportunidad si quiere más bajo el precio, tenga como evidencia una cotización más económica; en la Empresa Social Coopanela se generaría el precio cotizado, sin afectar costos esta sería la estrategia a utilizar.

Estrategias de comunicación

Una de las estrategias es la información veraz que se propicia en los puntos de venta en Convención y ciudades visitadas del departamento Norte de Santander, sobre el proceso orgánico y natural de la panela, las innovaciones en fabricación utilizadas, incentivando compra y reconocimiento del producto. Las emisoras radiales tienden a tener más fuerza en esta región, serían quienes emitan propagandas, dejando claro los beneficios del consumo de panela; y el cuidado desde el inicio hasta obtener un producto con calidad para el reconocimiento en el mercado; además de las cuñas publicitarias, sería necesario entrevistas para dar información sobre el producto.



Con dos pendones grandes, los cuales serán visados en partes estratégicas donde hayan afluencia de personas, y permitiendo el reconocimiento de la Empresa Social y el producto con sus derivados. De lo anterior el trabajo de difusión ira de la mano enfocando en los supermercados, sector que hemos elegido para crear el nicho principal de mercado.

Folletos con datos importantes como domicilio, teléfono, direcciones en internet, página web; y publicación de propaganda en un medio escrito, periódico.

Estrategias de servicio

Hace parte de este tipo de estrategia reconocer los aspectos importantes de COOPANELA, según las características encontradas para competir en el mercado; un producto que marca la diferencia ante la competencia. Se exige calidad en proceso, distribución y promoción, es de tipo natural y artesanal de donde dependen las familias del municipio de Convención, con los respectivos parámetros de calidad como son empaque, limpieza y peso; evitando de esta forma la inconformidad del cliente. De forma oportuna se atienden las posventas, limitándose a la atención oportuna a todas las falencias presentadas en los productos basados en estos parámetros y en tiempos, modos y cumplimiento de órdenes y sistemas de distribución.

Actividad económica

La Empresa Social biosaludable de paneleros- COOPANELA, de Convención en Norte de Santander sostiene su economía en la producción de panela biosaludable, a base de caña de azúcar, con gran potencial en el mercado panelero, nuestros proveedores principales son los cañicultores de Convención.

Estrategia de Posicionamiento

Posicionamiento por beneficios y Con un mensaje trascendental el cual sería ¿quieres cuidar tu salud? consume panela biosaludable, dónde se colocará en la marquilla los beneficios de la producción biosaludable y los nutrientes del producto en cada embase reutilizable y/o retornable, para que se quede en la mente de nuestros clientes que queremos mejorar su salud y que trabajamos con amor produciendo la panela biosaludable



Estrategia de Diferenciación

Atención al cliente y buena presentación de nuestra panela con una forma de empacando biosaludable en embaces de vidrios, lo cual nos hace diferente y ayudamos al medio ambiente, para que desde el primer momentos que llegamos al público generemos impacto con nuestra atención al cliente y empaque nuevos de presentación de panela



6. EL MARKETING DIGITAL

Objetivos del programa:

Identificar el tipo de publicidad en redes sociales, mayor visualización de compradores fuera de la región, para los clientes, esto con el fin de poder llegar a la mayoría de las personas.

Crear una marca para lograr reconocimiento y notoriedad.

Crear dos páginas blog gratuitas (Wix y Blogspot) que explique el manejo e innovación del producto en la Empresa Social, características del producto.

Aumentar las ventas a través de internet.

La manera en que las empresas se conectan con sus clientes y con el público genera ha cambiado drásticamente, es por eso que para dar a conocer la Empresa Social COOPANELA es importante manejar el marketing por internet y redes sociales, el marketing online tiene grandes ventajas que ofrecer.

El marketing digital contiene dos grandes formas que permitirán comercializar los productos de la Empresa Social COOPANELA las cuales serán a través de una página web propia o utilizando una de las varias redes sociales como herramienta, siendo esta última la más viable en el momento de economía y de factibilidad, las redes sociales tienen millones de usuarios activos que diariamente observan y consumen los diferentes productos que a través de estas se promocionan.

Mediante el uso de Blogspot y Wix para distribuir información sobre la Empresa Social, el uso de redes sociales como Facebook, se puede ampliar en número de clientes alternativos que permitan el crecimiento de la empresa, y demanda del producto.

El uso de estas redes sociales permite contactar e interactuar directamente con los clientes, de una forma más rápida, sencilla y económica en comparación con otros medios tradicionales de publicidad.

El uso de las redes sociales permitirá redefinir la marca de la Empresa Social COOPANELA.



Penetrar el mercado papelerero con **empresa social biosaluble de paneleros Coopanela**, haciendo de esta un Marca reconocida en nuestros clientes tanto intermediarios como finales.

Identificar las redes más usadas por nuestros clientes, esto con el fin de poder llegar a la mayoría de las personas.

Crear una marca para lograr reconocimiento y notoriedad.

Crear una página que permita aumentar la comunidad de seguidores en redes sociales como Facebook e Instagram.

Aumentar las ventas a través de internet.

ESTRATEGIAS

Estrategias tipificadas de marketing digital

Segmentación del mercado y elección de segmentos.

Para ampliar la eficacia de la acción comercial se diseñarán programas específicos de marketing para que la empresa **EMPRESA SOCIAL BIOSALUBLE DE PANELEROS COOPANELA**. se ajuste a los requerimientos y expectativas de los grupos cada vez más reducidos, centrándose en el mercado meta, pudiendo ajustar los precios, canales y la presentación de los productos para cada uno de ellos por separado así:

Población en general.

Consumidores hombres y mujeres con poder decisión de compra de panela o productos sustitutos.

- Negocios de comercio
- Almacenes de cadena.
- Tiendas de barrio y minimercados.
- Tiendas con orientación a los productos naturistas.

Además promover el marketing digital de la siguiente manera:

El marketing digital contiene dos grandes formas que permitirán comercializar los productos de la **EMPRESA SOCIAL BIOSALUBLE DE PANELEROS COOPANELA** las cuales serán a través de una página web propia o utilizando una de las varias redes sociales como



herramienta, siendo esta ultima la más viable en el momento de economía y de factibilidad, las redes sociales tienen millones de usuarios activos que diariamente observan y consumen los diferentes productos que a través de estas se promocionan.

Mediante el uso de las redes sociales como Facebook e Instagram podremos contactar cientos de clientes potenciales permitiéndonos aumentar las ventas de una forma casi instantánea, a continuación se establecen algunas razones que justifican lo dicho anteriormente, resaltando el logo empresarial *Figura 17*, constituido por el croquis del mapa del Municipio Convención en color amarillo significa riqueza, y región panelera; una gráfica de la caña de azúcar como el sabor dulce de la agricultura en el municipio, la imagen prediseñada de la panela emotiva, activa y con buena energía, y el nombre de la empresa COOPANELA en color rojo para llamar más la atención.

Logo e imagen



Figura 17 Imagen de marca y slogan

Fuente: Autores del proyecto

<https://ccoopanela.wixsite.com/Empresa Social>

<https://Empresa Social biosaludabledepaneleros.blogspot.com>



Figura 19 Blog 2

Fuente: Autores del proyecto

Contar con un blog en la Empresa Social de COOPANELA (Ver Figura 20), permite expresar la filosofía de la Empresa Social al público objetivo de forma online y compartir la información relevante que pueda interesar a los clientes, también crea una comunidad con el publico objetivo para establecer diálogos de doble via y de igual forma genera confianza y fideliza clientes.

<https://ccoopanela.wixsite.com/Empresa Social>



Figura 20 Página WEB

Fuente: Autores del proyecto

La creación de una página web para la Empresa Social no permite darnos a conocer y llegar a más clientes potenciales, atrayéndolos a la Empresa Social, mostrando lo que somos y lo que hacemos, de una forma llamativa y creativa, dando servicio por encima de todo.

Acciones de social media y marketing digital a aplicar al proyecto de emprendimiento social

Social Media: Instagram.

Instagram es una red social con millones de seguidores activos que consumen productos diariamente, la cual acepta publicidad y deja contactar de forma directa con los clientes. Instagram es visual, por lo que es mucho más fácil captar la atención del consumidor una imagen llamativa en lugar de cantidades abrumadoras de texto. Señalada en la *Figura 21*.

Instagram es una red social con muchos menos seguidores que Facebook, pero con un contenido de mayor calidad y con más interacciones.

- Crear un usuario en las dos redes sociales con el nombre de la Empresa Social “COOPANELA” el nombre de usuario seria “Empresa Social de cañicultores de Catatumbo – Coopanela”.
- Subir fotos de los productos a ofrecerse con el precio incluido.
- Interactuar constantemente con nuestros usuarios evitando demora en las respuestas a las preguntas que ellos hacen.
- Colocar un título o pie de imagen en cada publicación.
- Imagen visual con un tema.
- Hacer uso de Hashtags.

Lo que se realizara para crear una cuenta de Instagram de la Empresa Social Coopanela Sera lo siguiente:

No se deben usar Cliparts ni fotos amontonadas de productos

La Comunidad de Instagram Valora lo estético, por lo que funcionará mejor con una imagen mini





Figura 21 Instagram

Fuente: Autores del proyecto

1. Asegurarnos de completar la información del perfil:

Es importante que completemos la información del perfil y no ignorar los espacios que Instagram nos da para esto señalado en la *Figura 22 y 23*. Para esto no colocaríamos un texto largo, si no utilizaríamos los 150 caracteres que Instagram nos da para colocar el nombre de los productos que ofrecemos.



Figura 22 Prototipo Cuenta Instagram

Fuente: Autores del proyecto



Figura 23 Perfil de instagram

Fuente: Autores del proyecto

YouTube.

Se crea contenido (video) para impactar más fácilmente, explicando varios aspectos relacionados con la Empresa Social, la panela, presentaciones y beneficios como se muestra en la *Figura 24*.



Figura 24 YouTube.

Fuente: Autores del proyecto

CONCLUSIONES

- Dentro de las situaciones socio económicas de la región del Catatumbo, zona donde queda ubicado el Municipio de Convención, los principales problemas es de orden público. Afectan las actividades productivas, con panorama de tensión social.
- Mediante el desarrollo de este proyecto, cuyo principal objetivo es la creación de un modelo de negocio de emprendimiento social, se abren brechas de oportunidad en la parte laboral, en las familias de zonas rurales del municipio de Convención y lugares aledaños; el fenómeno del desempleo ocasiona otras crisis en toda la región fronteriza.
- A pesar de las limitaciones encontradas, llama la atención el dinamismo de algunos comerciantes, y productores de la zona; creen y trabajan seriamente por sacar adelante sus empresas productoras. Este emprendimiento tiene una estructura de cadena con las pequeñas unidades productivas agrícolas. Donde el crecimiento del mercado se desarrolla de una forma dinámica, sostenible y rentable, las familias son labriegos trabajadores con recursos propios de la región de forma rentable, se puede transformar y agregar valor de las materias primas agrícolas en la parte rural.
- El proyecto enfoca el producto “panela” porque en la mayoría de los pobladores su sostenimiento depende de este producto; el crecimiento y diversificación de presentaciones permite otras opciones de negocio, y ampliar los mercados de consumo. Así como la cantidad de clientes que van a degustar de este producto, con todas las propiedades que tiene para la salud del hombre. El éxito del cambio en manos de los mismos habitantes de la zona, con la participación del campesino como experto en las condiciones del clima, tierra y capacidad de trabajo.
- El análisis de la situación social permite apropiarse desde el inicio del proyecto, en este municipio y sus alrededores en un reto, aplicando todos los conocimientos adquiridos, poder llevar a cabo la finalización del proyecto social. Las quejas principales son zonas utilizadas por el narcotráfico, grupos al margen de la ley, trochas de migrantes, prevista de una alta tasa de abandono social, económico, educativo y cultural.



- Frente a lo ambiental, es vulnerable por el cultivo de coca, fumigación con productos nocivos para la salud, deforestación y minería ilegal. Esto acompañado de la violencia desde hace años, en donde las disputas causan desplazamiento forzado, grandes áreas de cultivo y ganado se pierden.
- A pesar de lo anterior, lo que preocupa son las pocas oportunidades que se han brindado los residentes en este sector, y las cuales en su mayoría son campesinos que deben propender por el sustento de sus familias, para lo cual necesitan un empleo (que muchas no tienen), así como formarse para el trabajo, y tener la posibilidad de iniciar su propia microempresa o unidad productiva; además, de poder conseguir beneficios para sus hijos, como lo son subsidios o becas educativas, complementos alimenticios, entre otros; dada las condiciones de vulnerabilidad que padecen.
- Se puede concluir que con la creación de esta Empresa Social y que sus cultivos serían biosalubres tendrá un impacto social enorme para el municipio de Convención Norte de Santander el cual ayudaría de una forma indirecta a que haya empleo y oportunidades en la comunidad, por lo tanto se puede evidenciar que con el análisis realizado sobre la producción biosaludable es viable.



BIBLIOGRAFÍA

- Agroindustria Panelera De Convencion Sas. (2020). *Informe Directorio de Empresas* .
Obtenido de INFORMA : <https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/agroindustria-panelera-convencion-sas>
- AGRONEGOCIOS. (4 de julio de 2019). *En tres años, el precio de la panela cayó mas del 40% y llegó a \$1.662 por kilo*. Recuperado el abril de 2020, de Agricultura: <https://www.agronegocios.co/agricultura/en-tres-anos-el-precio-de-la-panela-cayo-mas-de-40-y-llego-a-1662-por-kilo-2880943>
- Cañizares, J. J. (8 de agosto de 2005). *Tecnificación de la agroindustria panelera: alternativa de empleabilidad de ingresos en Convención, Norte de Santander*. Recuperado el abril de 2020, de Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Grupo de investigación ROTA: <http://www.panelamonitor.org/media/docrepo/document/files/tecnificacion-de-la-agroindustria-panelera-alternativa-de-empleabilidad-de-ingresos-en-convencion-n.-de-s..pdf>
- Cooperativa Multiactiva De Productores De Panela El Fenix. (2020). *Empresite.eleconomistaamerica.co*. Obtenido de E-INFORMA de empresas: <https://directorio-empresas.einforma.co/informacion-empresa/cooperativa-multiactiva-productores-panela-fenix>
- Defensoría del Pueblo. (11 de diciembre de 2019). *Resolución Defensorial N°46*. Recuperado el abril de 2020, de Situación Social y Ambiental de la Región del Catatumbo - Norte de Santander: <https://www.defensoria.gov.co/attachment/187/defensorial46.pdf>
- FINAGRO. (2020). *Panela le apuesta a diversificar sus mercados*. Obtenido de FINAGRO 30 AÑOS : <https://www.finagro.com.co/noticias/panela-le-apuesta-diversificar-sus-mercados>



Montejo, A. (14 de noviembre de 2013). *Nuestro Municipio Convención*. Recuperado el abril de 2020, de <https://es.slideshare.net/AngieMontejo/convencion-28263214>

La Opinión. (15 de febrero de 2019). Verdadabierta.com. Recuperado el abril de 2020, de *Procesos de Paz. Catatumbo: los PDET de la incertidumbre*: <https://verdadabierta.com/catatumbo-los-pdet-la-incertidumbre/>

